

OLIVARES VIVOS. LA BIODIVERSIDAD COMO VALOR AÑADIDO EN AGRICULTURA. DESDE LOS SERVICIOS ECOSISTÉMICOS A LA DIFERENCIACIÓN COMERCIAL.

Carlos Ruiz^a, Eva M. Murgado^b, José Eugenio Gutiérrez^a, Pedro J. Rey^b, Francisco Valera^c y Sonia Bermúdez^d.

^a *Sociedad Española de Ornitología (Jaén, cruiz@seo.org).* ^b *Universidad de Jaén (Jaén, emurgado@ujaen.es).* ^c *Estación Experimental de Zonas Áridas (Almería, pvalera@eeza.csic.es).* ^d *Diputación Provincial de Jaén (Jaén, sonia.bermudez@dipujaen.es).*

Resumen

El proyecto LIFE Olivares Vivos propone una estrategia que vincula la recuperación de biodiversidad con la mejora de la rentabilidad de explotaciones de olivar mediante el diseño de una certificación con base científica que rentabilice en el mercado el valor añadido que supone esa recuperación de biodiversidad.

El modelo propuesto incide limitadamente en los costes de producción y tiene un amplio periodo de amortización. Los beneficios derivarán del valor en el mercado de un sello avalado por la certificación, de la mejora en la variedad y calidad de los servicios ecosistémicos y de un mejor posicionamiento de las explotaciones ante las exigencias agroambientales de la Política Agraria Comunitaria (PAC).

Palabras clave

Biodiversidad, servicios ecosistémicos, rentabilidad, olivar, certificación.

1. Introducción

El olivar constituye el cultivo permanente de mayor extensión en España, representando más de la mitad de la superficie ocupada por cultivos leñosos [Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación (2019)]. Muchas explotaciones olivareras presentan escasa rentabilidad con precios medios de venta del aceite por debajo de 3 €/kg, llegando a bajar de los 2 €/kg en el caso del aceite lampante. Por el contrario, los costes de producción para diferentes modelos de olivar son netamente superiores a los 2 €/kg (**Cuadro 1**). Si se consideran los costes del trabajo familiar no remunerado, los beneficios netos son negativos, [European Commission - EU FADN, (2012)].

Por otro lado, el olivar constituye un agroecosistema muy valioso para la biodiversidad en Europa. Se distribuye en la cuenca mediterránea, uno de los puntos calientes de biodiversidad mundial, [Myers et al. (2000)] albergando una rica flora y fauna [Rey et al. (2019)]. La intensificación de las prácticas agrícolas y la homogenización del paisaje agrícola en forma de monocultivo han afectado negativamente a la biodiversidad [Matson et al. (1997), Rey et al. (2019)], como demuestran seguimientos de aves efectuados por SEO/BirdLife en olivares entre 1993 y 2014 [Gutiérrez (2002), Gutiérrez et al. (2014)]. Los servicios ecosistémicos aportados por la biodiversidad influyen en procesos de utilidad agrícola, como el control de erosión, el mejor aprovechamiento del agua, mayor fertilidad del suelo o control biológico de plagas, [Camacho, V. & Ruiz, A. (2011)].

Desde la perspectiva de la comercialización, las empresas son conscientes de que deben promover estrategias competitivas basadas en la diferenciación como vía para aportar valor añadido al consumidor. Las tendencias actuales de consumo revelan que el consumidor está valorando nuevos criterios en su decisión de compra, cobrando protagonismo otros factores que influyen en la elección de los alimentos, como la preocupación por la salud [Driouech et al., (2013)], la preservación del medio ambiente [Boztepe, (2012)] o determinadas prácticas sociales y éticas como la compra de productos de comercio justo.

En este contexto de diferenciación, las certificaciones pueden convertirse en un signo de calidad que aporte valor añadido al producto. La marca Olivares Vivos pretende convertirse en un distintivo que certifique la recuperación de biodiversidad en el olivar, convirtiéndose en el primer producto agroalimentario europeo cuya aportación a la biodiversidad estará certificada y avalada científicamente.

2. Objetivos

El proyecto pretende: (i) recuperar biodiversidad en olivares y diseñar una certificación científica que lo avale, (ii) conocer las motivaciones de compra de consumidores potenciales, (iii) diseñar una certificación que identifique, a través de un sello, el aceite virgen extra producido en olivares que preserva la biodiversidad y testar el comportamiento de los consumidores frente al producto, (iv) diseñar una estrategia comercial para la puesta en el mercado de la marca Olivares Vivos (OOVV), que traslade el valor añadido de la conservación de la biodiversidad a los consumidores.

3. Metodología

3.1. Recuperación de la biodiversidad

Se seleccionaron 20 olivares demostrativos de diferentes tipologías de paisaje y manejo agrícola por toda Andalucía, en los que se estimó su biodiversidad. De acuerdo a los resultados, se implementaron entre 2016 y 2018 planes de conservación [Rey et al. (2019)], orientados a la mejora de la gestión de la cubierta herbácea y al aumento de la heterogeneidad mediante la restauración ecológica de espacios improductivos de la finca.

3.2 Impacto de los sellos y tamaño del segmento objetivo

Se realizó un estudio de mercado en cuatro países de referencia (España, Reino Unido, Dinamarca y Alemania) con encuestas en cada país a 800 individuos, seleccionados mediante muestreo aleatorio restringido, que reunían dos requisitos: interés en la conservación de la biodiversidad y ser consumidores de aceite de oliva. El cuestionario recogió: (i) el impacto de los sellos y símbolos diseñados en las valoraciones del consumidor, tanto de forma aislada como en combinación con otros sellos. Para ello se mostraron diferentes combinaciones de sellos de valor añadido (OOVV), comercio justo, ficticios de premios o marcas comerciales) sobre el producto y se compararon con dos diseños diferentes para la certificación OOVV. (ii) información para estimar el tamaño del segmento objetivo y sobre motivos de elección, lugar de compra, grado de conocimiento de los aceites de oliva y conocimiento e implicación con la biodiversidad.

3.3. Comportamiento del consumidor frente a los aceites certificados

Se está realizando un test de mercado de dos meses de duración, con la finalidad de medir la eficacia del sello que se utilizará para la certificación del AOVE OOVV. Durante este periodo se realizarán 4 tratamientos con dos sellos diferentes utilizando dos etiquetas y material promocional para cada etiqueta. Dicho test se está llevando a cabo en establecimientos minoristas (oleotecas), grandes superficies y plataformas de venta online.

El modelo de análisis comparará las ventas de cada marca que forma parte del estudio, antes del test de mercado y durante el mismo. Todo ello ajustado con el histórico de ventas de AOVE de la sección, tanto antes como durante el experimento, que actuará como covariable de control de factores externos y coyunturales.

Los resultados orientarán la estrategia comercial de OOVV respecto a la percepción de la certificación que tiene el consumidor y los canales de distribución y venta.

3.4 Costes de medidas de restauración y explotación.

El coste de restauración por hectárea se ha basado en los importes de ejecución de estas medidas en el marco del proyecto OOVV.

Los costes de explotación se han determinado según los gastos medios por kg y tipología de olivar, [International Olive Council, (2015)] y sobre las producciones medias declaradas por los olivieros participantes en el proyecto.

4. Resultados y conclusiones

Los olivares son todavía un importante refugio para la flora y fauna mediterránea [(Rey et al. 2017)] pero albergan muy diferentes niveles de biodiversidad, siendo ésta negativamente afectada por la eliminación de las cubiertas vegetales y por la homogenización del paisaje. Recuperar biodiversidad requiere recobrar las cubiertas herbáceas, introducir heterogeneidad mediante restauración ecológica de zonas improductivas e instalar infraestructuras de reproducción de aves y/o insectos [(Rey et al. 2019)]. El tipo e intensidad de las actuaciones necesarias para recuperar biodiversidad dependen del estado de las cubiertas en la finca y del contexto paisajístico en que se sitúe.

Los consumidores otorgan importancia a los valores relacionados con la preservación del medio ambiente, el origen natural de los productos, que sean saludables o que conservan la biodiversidad. En cuanto a los motivos de compra, el precio ocupa un lugar destacado en todos los mercados. El sabor es otro motivo importante, con diferencias entre los países analizados en los que también se valoran otras motivaciones como la forma de elaboración y la condición de ecológico. Dibujan un consumidor más propenso a adquirir el aceite en supermercados y grandes superficies. Entre un 56% (británicos) y un 75,6% (españoles) de los encuestados se proclamaban proactivos respecto a la conservación de la biodiversidad. La confianza en los sellos de certificación es alta. La valoración general de los consumidores sobre los sellos aumentó a medida que se incrementó el número de sellos presentes en el etiquetado.

El modelo propuesto tiene una incidencia limitada en los costes de producción. La única medida propuesta que interfiere con prácticas agrícolas es el manejo de una cubierta herbácea estable. El periodo

de amortización de estas medidas es muy largo, incrementándose notablemente sus efectos positivos con el tiempo, al tratarse de cambios en elementos vivos del ecosistema, que evolucionan con el tiempo (ej. plantaciones de setos o creación de charcas). Los costes de mantenimiento son muy bajos y las tareas son compatibles con la actividad agrícola.

Los costes de ejecución de las diferentes medidas de restauración ambiental implementadas en nuestro proyecto, para los 20 olivares demostrativos, han supuesto un gasto medio de 112 €/ha. Hay que considerar que esta cifra puede variar según las condiciones particulares de cada finca y en función de los recursos materiales disponibles por los agricultores. Estimando un periodo de amortización de 25 años (gran parte de las medidas de restauración tienen una vida útil mucho más larga), unos costes de mantenimiento equivalentes al 5% de los importes de implantación y unos costes de explotación agrícola para los olivares participantes en el proyecto que oscilan entre los 1.466 €/ha para los olivares de secano y los 2.970 €/ha para los de regadío, los gastos anuales de restauración oscilan entre el 0,34% - 0,69% de los costes de explotación.

Los retornos esperados se centran en un incremento y estabilización del precio de venta del aceite, como ocurre en otras certificaciones que garantizan un valor añadido. Las mejoras en biodiversidad impulsarán la variedad y calidad de los servicios ecosistémicos, haciendo al cultivo más resistente ante plagas y enfermedades, mejorando el aprovechamiento del agua y la fertilidad del suelo, implicando todo ello un menor gasto en insumos. Por último, ante la creciente exigencia ambiental de la PAC en las sucesivas reformas, las explotaciones que opten por esta certificación estarán mejor posicionadas para cumplir con futuras exigencia de condicionalidad ambiental.

5. Bibliografía

- Boztepe, A. (2012). "Green Marketing and Its Impact on Consumer Buying Behavior", *European Journal of Economic and Political Studies*:5-21.
- Camacho, V., Ruiz, A. (2012). "Marco conceptual y clasificación de los servicios ecosistémicos". *Revista Biociencias* 4: 3-15.
- Driouech, N., Capone, R., Dernini S., Berjan, S., El Bilali, H., Radović, M., Despotović, A., Panin, B. (2013). "Consumer perceptions of agro-food products with ethical values in Serbia: an exploratory study", *International Journal of Nutrition and Food Sciences*, 2, (3): 153-159.
- European Commission - EU FADN (2012). "EU Olive Oil Farms Report". http://ec.europa.eu/agriculture/rica/pdf/Olive_oil%20report2000_2010.pdf.
- Gutiérrez J.E. (2002). "Seguimiento de poblaciones a largo plazo: El censo de fringílicos en Andalucía". En Sánchez, A. (ed.): *Actas de las XV Jornadas Ornitológicas Españolas y I Jornadas Ibéricas de Ornitología*. SEO/BirdLife. Madrid: 71-76.
- Gutiérrez J.E., Rodríguez J.C. y Higuera A. (2013). "Seguimiento de los efectivos poblacionales de *Carduelis carduelis*, *C. chloris* y *C. cannabina* en Andalucía". *Informe inédito*. SEO/BirdLife.
- International Olive Council, (2015). "International olive oil production costs study". *Report*. <http://www.internationaloliveoil.org/documents/viewfile/10741-international-olive-oil-production-costs-study/1>)
- Matson, P.A., Parton, W.J., Power, A.G. y Swift, M.J. (1997). "Agricultural intensification and ecosystem properties". *Science*, 277: 504–509.
- Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación. (2019). "Anuario de Estadística. Avance 2018". Madrid.
- Myers, N., Mittermeier, R. A., Mittermeier, C. G., da Fonseca, G. A., y Kent, J. (2000). "Biodiversity hotspots for conservation priorities". *Nature*, 403: 853-858.
- Rey, P.J., Gutiérrez, J.E., Valera, F. y Ruiz, C. (2017). "El olivar andaluz, ¿un bosque humanizado?". *Aldaba*, 41: 113-120.
- Rey, P. J., Manzaneda, A. J., Valera, F., Alcántara, J. M., Tarifa, R., Isla, J., Molina-Pardo, J. L., Calvo, G., Salido, T., Gutiérrez, J. E. y Ruiz, C.. (2019). "Landscape-moderated biodiversity effects of ground herb cover in olive groves: Implications for regional biodiversity conservation". *Agriculture, Ecosystems and Environment*, 277: 61-73.

Cuadro 1. *Costes de producción de aceite en España*

Tipo de olivar	€/kg
Tradicional no mecanizable. Secano.	3,56
Tradicional mecanizable. Secano	2,71
Tradicional mecanizable. Regadío	2,27
Intensivo. Secano	2,64
Intensivo. Regadío	2,07
Superintensivo. Regadío.	2,19

Tan sólo los sistemas regadío intensivo y superintensivo presentan costes por debajo de 2,20 €/kg.

Fuente: International Olive Council, (2015).